

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

REQUERIMENTO N.º , de 2009.

(Do Sr. Eduardo da Fonte)

Requer seja realizada reunião de audiência pública nesta Comissão para discutir o aumento dos medicamentos, recentemente autorizado pela Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

Senhora Presidenta,

Nos termos dos arts. 255 e 256 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, **REQUEIRO** a Vossa Excelência, ouvido o Plenário desta Comissão, seja realizada reunião de audiência pública para discutir o aumento dos medicamentos, recentemente autorizado pela Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED), da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

Sugiro sejam convidadas as seguintes autoridades:

- 1) Sr. Dirceu Raposo de Mello, Diretor-Presidente da ANVISA;
- 2) Sr. Luiz Milton Veloso Costa, Secretário-Executivo da CMED;
- 3) Representante do Ministério Público Federal;
- 4) Sr. Edison Tamascia, Diretor Presidente da Federação Brasileira das Redes Associativistas de Farmácias (FEBRAFAR);
- 5) Sr. Luiz Fernando Buainain, Presidente da Associação Brasileira do Atacado Farmacêutico (ABAFARMA);
- 6) Sr. Ciro Mortella, Presidente-Executivo da Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica (FEBRAFARMA);
- 7) Sr. Sérgio Mena Barreto, Presidente-Executivo da Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drograrias (ABRAFARMA);
- 8) Sr. Antônio Barbosa, Coordenador do Instituto Brasileiro de Defesa dos Usuários de Medicamentos (IDUM); e
- 9) Sra. Marilena Lazzarini, Coordenadora Institucional do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC).

JUSTIFICATIVA

Por meio da Resolução nº 2, de 11 de março de 2009, a Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos (CMED) autorizou o reajuste de 5,9% para vinte mil medicamentos comercializados no Brasil. A CMED é composta por representantes dos Ministérios da Saúde, Justiça, Fazenda, do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e Casa Civil e tem, entre suas principais funções, a regulação do mercado e o estabelecimento de critérios para definição e ajuste de preços de medicamentos

O aumento tem como referência o “Preço Fábrica – PF”, praticado em 31/3/2008, e é calculado com base em um modelo de teto de preços que leva em consideração: 1) a variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), acumulado no período de março/2008 a fevereiro/2009; 2) o fator de produtividade, que repassa aos consumidores projeções de ganhos de produtividade no setor; 3) o fator de ajuste de preços relativos entre setores, calculado com base na variação dos custos dos insumos; e 4) o fator de ajuste de preços relativos intrasetor, calculado com base no poder de mercado.

Em 2008, o CMED determinou três faixas de reajuste, sendo a maior delas de 4,61%. O reajuste de 2009 é o segundo maior nos últimos cinco anos, atrás apenas do percentual de 2005, que chegou a 7,39%.

Importante destacar que medicamentos fitoterápicos, homeopáticos e cerca de outros 400 produtos com grande concorrência no mercado, como a dipirona, e os que não precisam de receita não seguem a tabela de reajuste e seus preços são livres.

Apesar da crise financeira e econômica as previsões indicam que o varejo de produtos farmacêuticos deve apresentar taxas de crescimento de mais de 12% em 2009. Esse desempenho coincide com a popularização dos remédios genéricos e o aumento da capacidade de consumo das classes mais baixas, que não tinham acesso a medicamentos. Junto a isso, as grandes redes de drogarias modernizaram o segmento, introduzindo a venda de novos produtos, como cosméticos.

Convém destacar que as farmácias e drogarias são o principal canal de dispensação de remédios para a população brasileira. Segundo o Instituto IMS Health, o Brasil é o quarto mercado de consumo de medicamentos no cenário mundial. De acordo com o Conselho Federal de Farmácia (CFF), há no país mais de 55 mil farmácias e drogarias. Conforme o Conselho, o Brasil é o país com o maior número de farmácias no mundo, com uma proporção de 3,34 farmácias para cada 10 mil habitantes, considerando uma população de 170 milhões de habitantes.

O Jornal Folha Online publicou matéria em 30/3/2009, intitulada: Aumento no preço dos remédios deve chegar mais cedo aos consumidores, no qual analisou o impacto do reajuste no bolso dos consumidores, em especial o fim dos descontos nos preços dos medicamentos.ⁱ

Segundo a matéria, a avaliação do Diretor Presidente da Federação Brasileira das Redes Associativistas de Farmácias (FEBRAFAR), que representa mais de 2.500 pequenas e médias farmácias ligadas a redes independentes em onze Estados, com essas condições, as lojas não vão conseguir praticar os mesmos descontos. "Nos últimos seis meses, o preço não subiu. Mas o consumidor está pagando mais porque já não tem desconto", aponta a FEBRAFAR.

A matéria do Folha Online indica que as distribuidoras, por sua vez, sentem o efeito da crise na dificuldade para conseguir crédito nos bancos. Conforme a Associação Brasileira do Atacado Farmacêutico (ABAFARMA), que reúne as 23 grandes distribuidoras de medicamentos do País, responsáveis por 80% do PIB do setor, era com os financiamentos que elas bancavam prazos mais longos e descontos mais generosos para os varejistas, já que os prazos das indústrias são mais curtos. Agora, algumas distribuidoras estão tendo dificuldades até para repor o próprio estoque.

Ainda na opinião do Presidente da ABAFARMA ainda não é possível quantificar os medicamentos que estão faltando no mercado, mas já há dificuldade para encontrar alguns produtos tanto no atacado quanto no varejo. Na avaliação da ABAFARMA, "se a indústria não se cuidar, vai haver uma crise muito grande na distribuição".

Por seu turno, conforme o Folha Online, os laboratórios não têm a mesma perspectiva. A Federação Brasileira da Indústria Farmacêutica (FEBRAFARMA) diz que não há movimento entre as indústrias do setor no sentido de flexibilizar as condições de compra.

O reajuste será calculado sobre o preço de tabela e pesará muito mais no bolso do que o reajuste médio anunciado, em razão da redução antecipada dos descontos. Percebe-se, portanto, que essa conjunção de fatores potencializa os efeitos do reajuste. Soma-se o reajuste e o impacto da crise financeira na rede de distribuição. Sem financiamento, os varejistas não conseguem oferecer prazos e descontos como antes.

Assim sendo, é preciso que a Comissão de Defesa do Consumidor discuta a metodologia de cálculo do reajuste, em especial para julgar sua adequação ao momento econômico e financeiro atual. Não se pode esperar que a população entenda o aumento dos medicamentos, mormente entre os que fazem uso continuado de medicamentos.

Sala da Comissão, 07 de abril de 2009.

Deputado **EDUARDO DA FONTE**
(PP/PE)

ⁱ www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u542633.shtml